



新疆棉花事件全球媒体分析简报

前言



报告覆盖渠道

大陆地区：新闻、微博、微信、知乎、豆瓣、百度贴吧、视频、电子报刊、政务网站、博客

非大陆地区：新闻、Twitter、Reddit、Facebook、博客、论坛、YouTube、Podcasts

- 前日，**H&M、耐克、阿迪达斯、优衣库**等西方大型快时尚、运动品牌在中国陷入了一场由中国消费者发起的大规模抵制运动的危机，因为这些品牌认为新疆的棉花生产存在**强迫劳动**的情况并站在了与中国政府所对立的立场上。自此次事件爆发以来，这些被波及到的品牌正在世界范围内的社交媒体上被卷入着一场不断升级的舆论风波。
- **Meltwater**客户洞察团队针对此次事件，深入链路对比分析了全球不同渠道媒体对新疆棉花事件的跟踪报道，产出该媒体分析报道。

大陆 | 报道趋势

本次事件仅出现单次声量高峰，后期虽持续引发相关讨论，但全网声量逐渐消退并趋于平缓。依据舆情传播趋势，现将此事件分为三个传播阶段：

发酵期：03.20-03.23

经溯源，此次新疆棉花事件并非由H&M品牌方或BCI的相关声明直接引起，而是由**微博、豆瓣**的用户讨论引发，网友挖掘日媒关于优衣库、无印良品停用新疆棉花的报道并大量讨论，后期持续发酵并引起央媒、党媒关注。3月20日前后有微博、豆瓣用户陆续关注并讨论优衣库、无印良品等快时尚品牌终止使用新疆棉花的外媒报道，期间其他新闻媒体广泛讨论外媒“涉疆谣言”。

高峰期：03.24-03.27

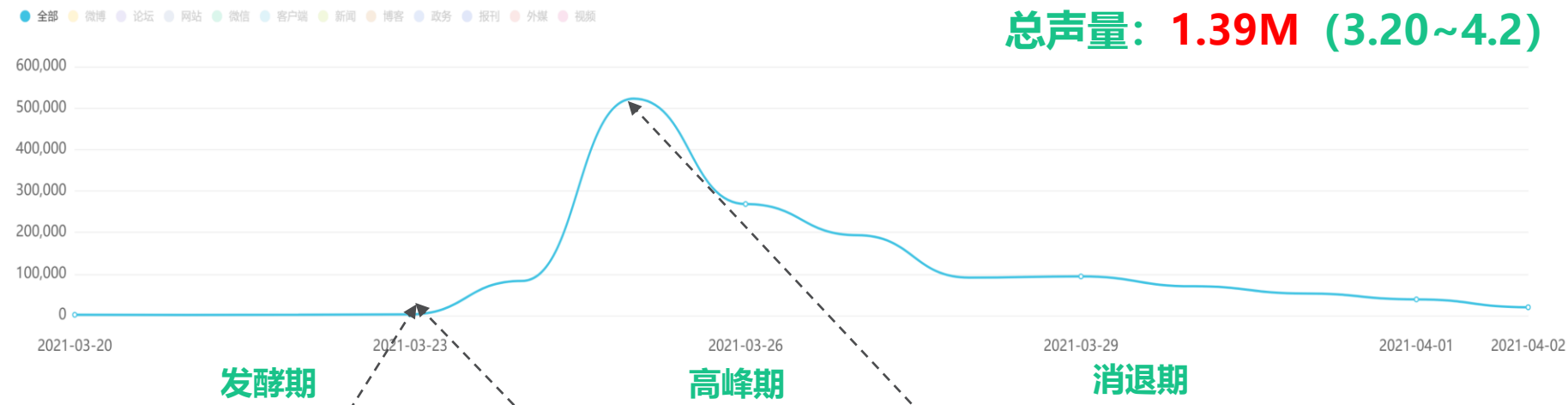
此次事件声量最高峰出现于3月24-25日，人民日报于24日晚21:44发起微博话题**#我支持新疆棉花#**，引发大量微博用户评论、转发，黄轩、王一博等大量艺人与KOL纷纷发文表态。

消退期：03.28-04.02

3月28日后，随着大批艺人与品牌方解约，部分品牌方积极道歉，本次事件声量呈现平稳下降趋势，伴随少量媒体发文总结。

社媒端讨论酝酿事件发酵，人民日报点名引发声量高峰

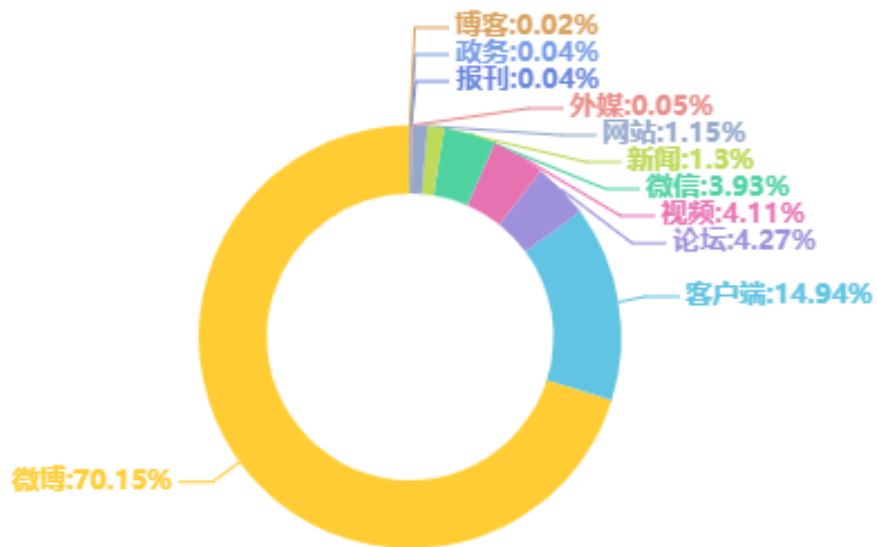
大陆全渠道媒体报道趋势图



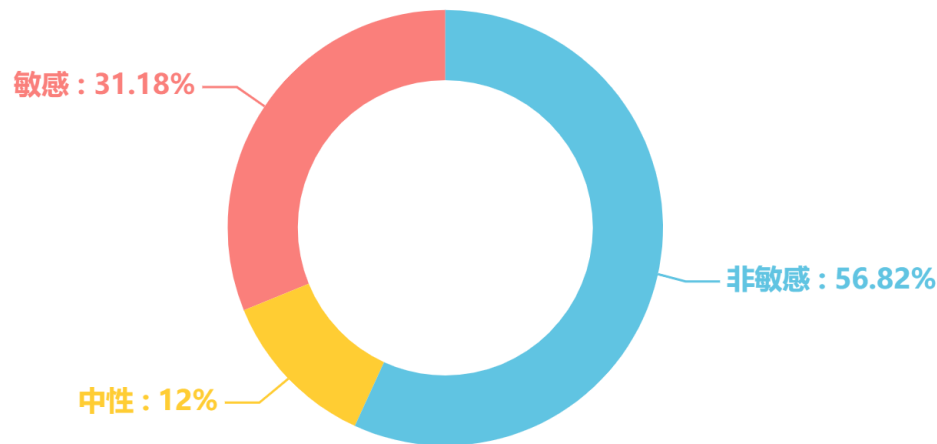
大陆 | 曝光渠道及媒体情感

新疆棉事件在大陆地区主要波及品牌集中于**快时尚**行业。

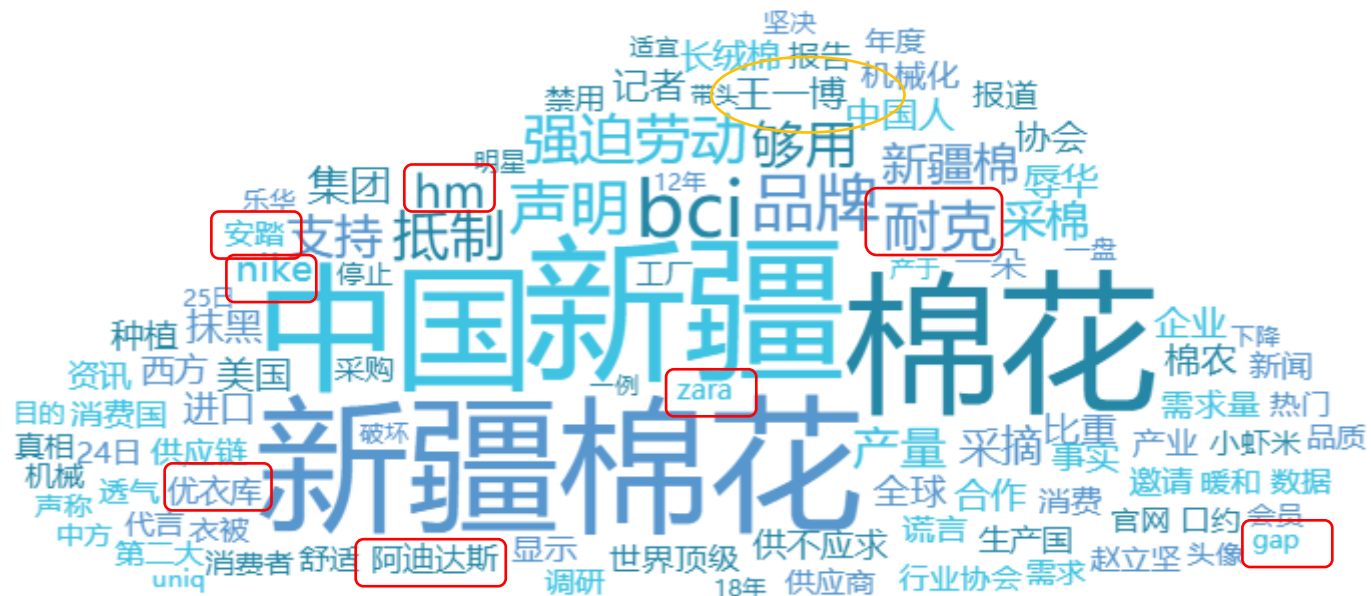
媒体曝光渠道声量占比



媒体情感占比



媒体讨论云词图



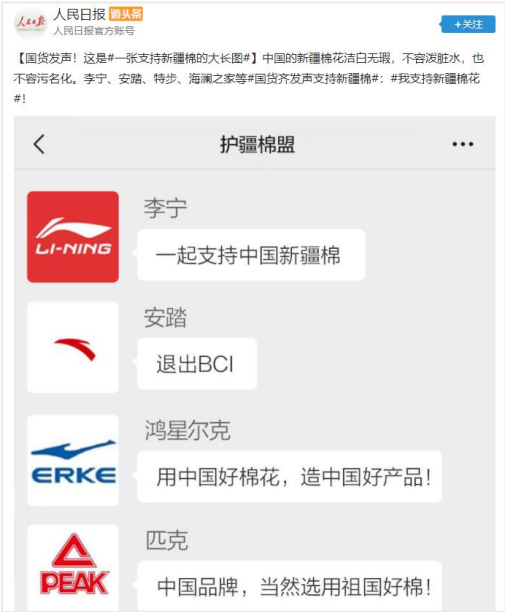
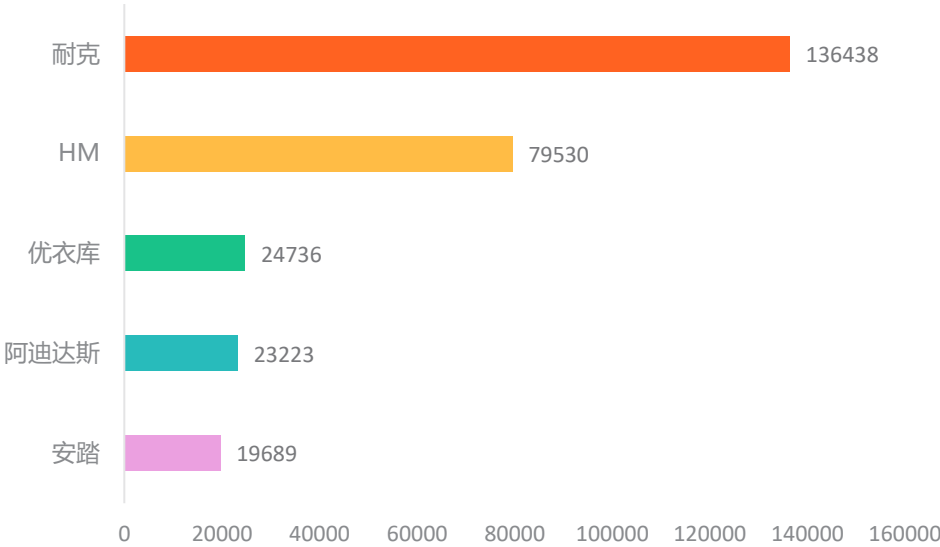
大陆 | 重点品牌提及

除“中国”“新疆”“棉花”“BCI”等事件关键词外，“品牌”一词在此次事件中提及最多，出现次数多达**11万次**，有**33.4%**的媒体声量提到此关键词。

耐克于此次事件中讨论声量最大，因艺人**王一博**为耐克的前合作方，相关讨论声量巨大。位于事件中心的H&M并非被讨论最多的品牌。

安踏、李宁等国货品牌也在此次大范围讨论中被波及，其中安踏因发表退出BCI声明而获得大量讨论，其余被提及的品牌主要为李宁、鸿星尔克、匹克等运动品牌，讨论内容围绕**支持国货、产品质量、行业发展**等话题，正/负面声量皆存在。

重点提及品牌声量排名



非大陆 | 报道趋势

新疆棉花事件在3月20日至4月2日的时间区内，累计共在非大陆媒体获得了**84.6k**的提及声量。

3月25日为此次事件非大陆媒体热议的巅峰。短短一天之内，媒体提及声量高达**27.5k**，与国内此次事件的爆发时间段基本吻合。非大陆媒体普遍报道，此次新疆棉花事件的高潮，始于中国官方媒体（@人民日报）针对**H&M**去年发表的一份声明而发起的新疆棉花支持运动。随后，该事件的影响力在短时间内迅速扩散至非大陆媒体，并波及到大量除H&M之外的品牌。

该事件于**3月31日**迎来第二个媒体热议的小高潮，提及声量为**8.75k**，源于**H&M**品牌方发表的**最新声明**（[链接](#)）。H&M在该最新声明中声称，中国于他们而言是一个非常重要的市场，但同时也表明，“希望成为一个负责任的买家，无论是在中国还是在其他地方”。

非大陆全渠道媒体报道趋势图



Total Mentions ⓘ

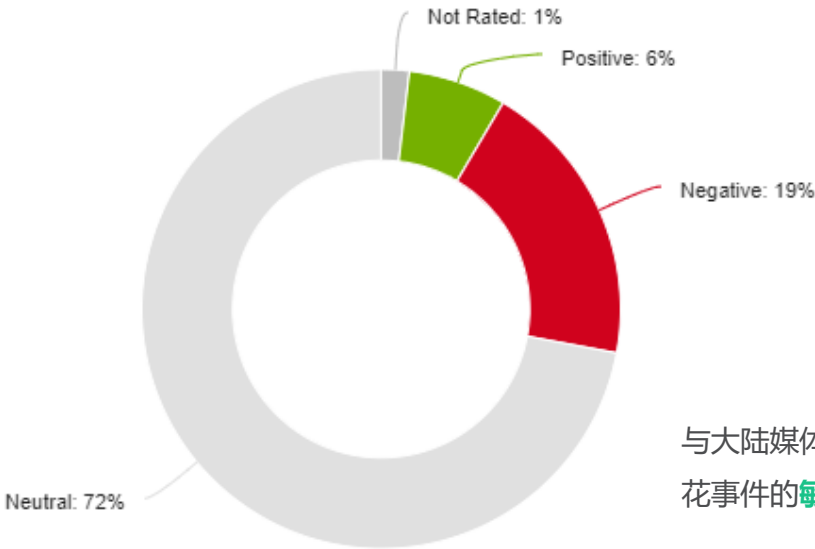
84.6k

↑ 59929%

Compared to previous period

非大陆全渠道
总声量 (3.20~4.2)

媒体情感占比



与大陆媒体情感趋势相比，非大陆媒体针对此次新疆棉花事件的**敏感情感较低**，大多为**中性情感**的报道。



非大陆 | 报道趋势

非大陆媒体热议话题TOP10依次为：“中国消费者”、“强迫劳动”、“声明”、“权威新闻机构”、“澄清答复”、“张艺兴工作室”、“践踏人权”、“强烈抵制”、“关注”以及“中国社交媒体”。

除了一些涉及政治、人权、国际关系话题的媒体报道，非大陆媒体同样也聚焦于此。此次事件对非大陆各大品牌方所产生的连锁效应。

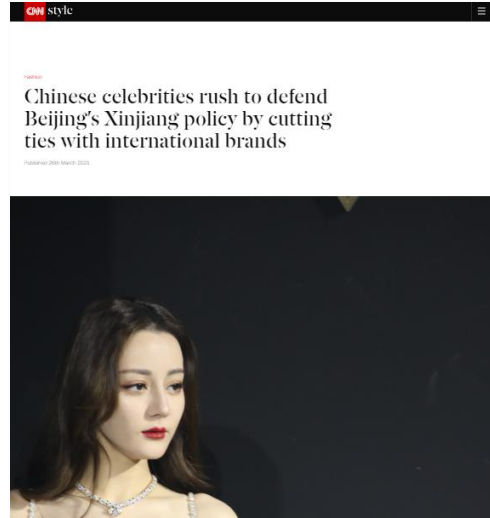
本次事件非大陆重点媒体标题提及重点报道:

- 中国明星急于通过切断与国际品牌的关系来捍卫北京的新疆政策 ([链接](#))
- 耐克、H&M因新疆棉花问题面临中国消费者的愤怒 ([链接](#))
- 耐克和H&M在中国因新疆的声明而遭到强烈抵制 ([链接](#))

媒体讨论云词图

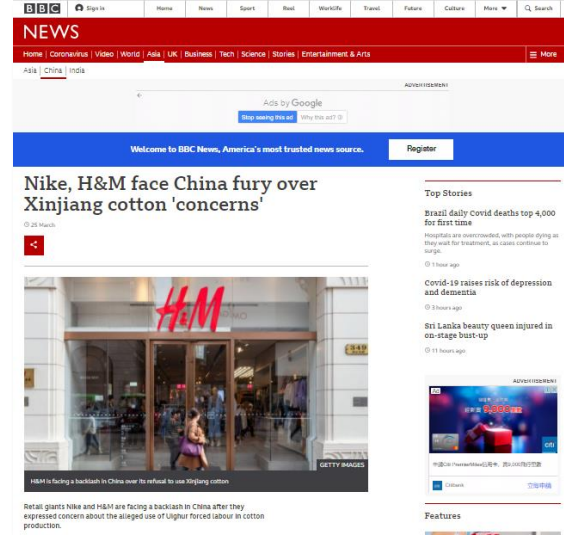
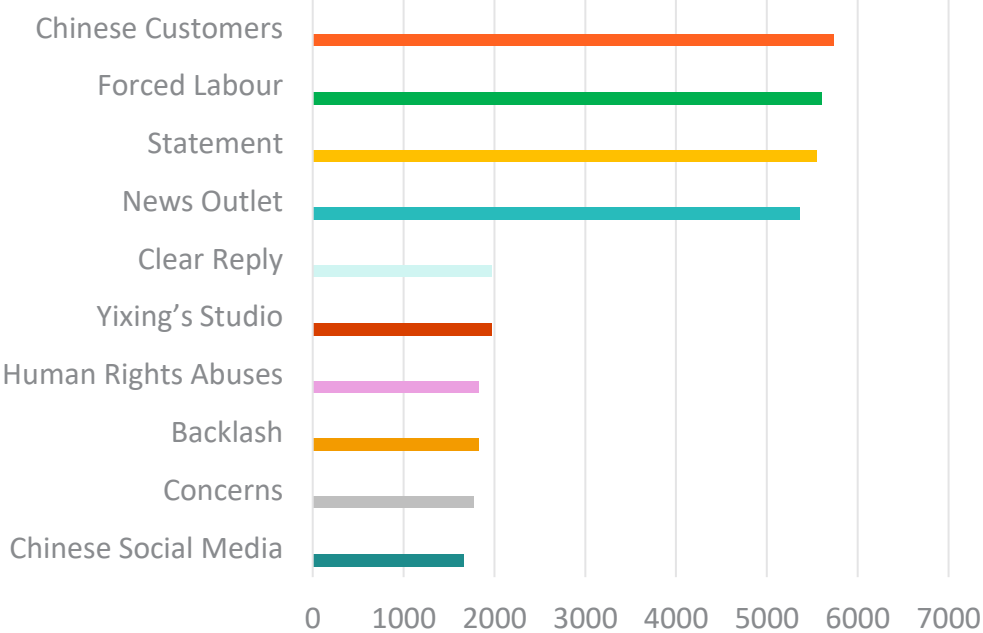


重点报道举例

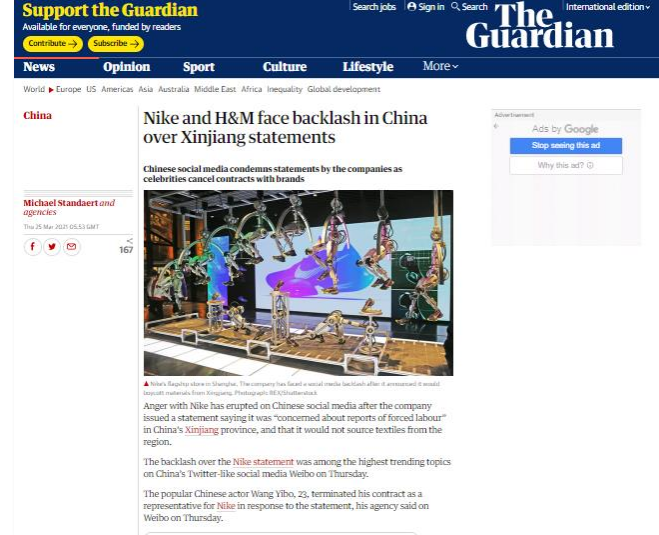


CNN

热议话题TOP 10



BBC



The Guardian



非大陆 | 重点品牌提及

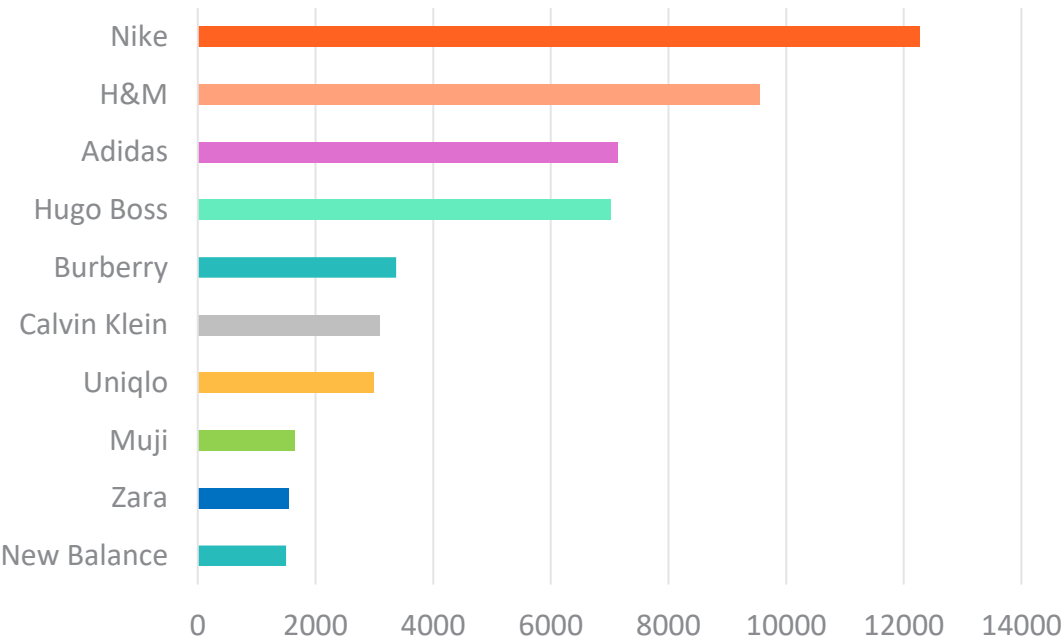
针对此次新疆棉花事件，非大陆媒体热议品牌**TOP10**依次为：**耐克**、**H&M**、**阿迪达斯**、**雨果博斯**、**巴宝莉**、**CK**、**优衣库**、**无印良品**、**Zara**以及**新百伦**。

除以上被提及的品牌外，不少非大陆媒体将此次卷入新疆棉花事件中心的**H&M**与此前同样陷入政治/种族敏感话题危机的品牌**杜嘉班纳(Dolce & Gabbana)**以及**乐天(Lotte)**相联系起来，作为同类品牌危机公关事件的典型反面案例。

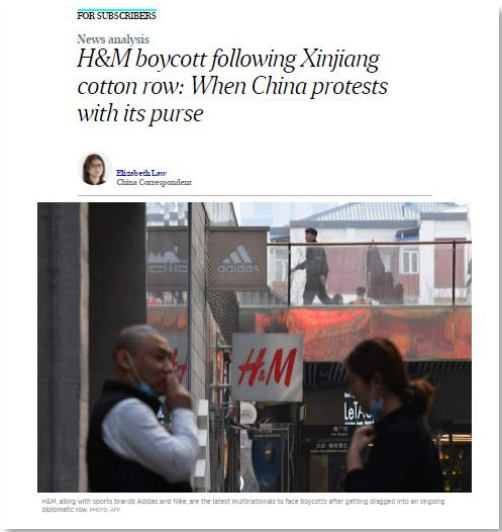
相关重点媒体报道:

- 新疆棉花风波引发H&M抵制风潮:当中国开始用钱包抗议 ([链接](#))
- 国际品牌应该避开新疆问题的陷阱 ([链接](#))
- 国际品牌如何在中国度过难关 ([链接](#))

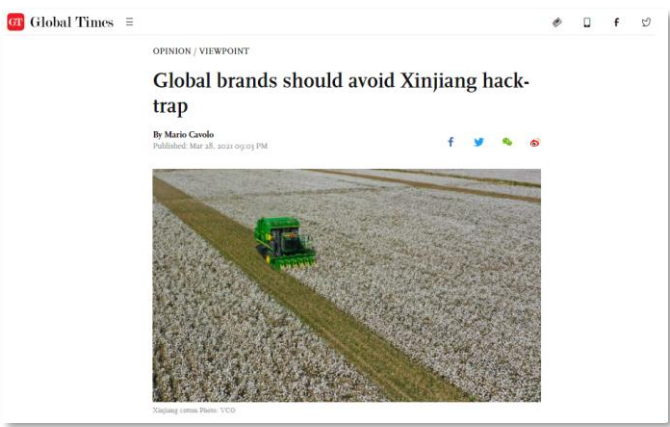
重点提及品牌声量排名



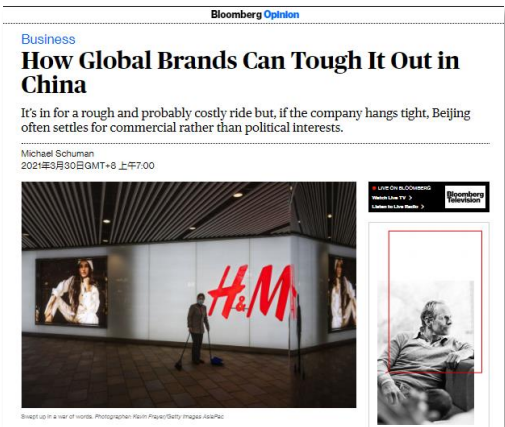
重点报道举例



Straits Times



Global Times



Bloomberg



总结

- 在监测区间内，本次新疆棉花事件在中国内地的舆情总声量高达**1.39M**，远超非大陆媒体**84.6k**的总声量。大陆舆情走势呈现**单次峰值**的特点，是由**人民日报**点名批评H&M所引发的声量高峰，后期讨论声量逐渐消退。而非大陆方面则出现**两次传播高峰**，首次传播高潮与国内事件基本重合，内容主要聚焦人民日报支持新疆棉花的运动；3月31日，H&M非大陆地区发布的最新声明引发了又一轮的非大陆媒体热议。
- 传播内容方面，中国大陆舆情**敏感**占比高于非大陆地区，多数传播内容为“支持新疆棉花”的表态和明星解约引发的讨论等。非大陆方面，热议话题在情感上较为**中性**，主要内容侧重于对中国消费者、中国市场以及相关政治经济话题的总结、复盘与分析。

Xinjiang
Mian Hua

我支持
新疆棉花

总结

- 品牌方面，海内外媒体提及声量前二的两大品牌皆为**耐克**与**H&M**，而**优衣库**在大陆媒体提及声量的占比则高于非大陆，位列大陆重点品牌提及TOP3的位置。此外，大陆媒体对一些**国产运动品牌**如安踏、李宁的媒体提及声量也较高。与大陆品牌媒体提及占比不同的是，非大陆媒体表现出对巴宝莉、CK、BOSS等**高奢品牌**的高度关注。
- 通过此次新疆棉花事件不难看出，西方国际品牌在满足中国市场消费需求的同时，也需要兼顾对中国市场政治立场的**兼容与尊重**。以H&M的两份海内外官方声明为例，H&M试图在中国市场的消费需求与西方国家的政治诉求之间寻求一种微妙的平衡，但从结果来看，显然是失败的。



Meltwater 中国

Meltwater融文成立于2001年，是全球上市市值最大的媒体情报公司。融文在全球27个国家与地区设有超过60个办公室，拥有2000多名员工，在各行业与领域服务超过30000家客户，在国际各大主要市场成功运作。

融文2006年进入中国，在上海、香港、广州设有3个办公室，将全球专业经验与本土特色服务相结合，帮助大型国企、外企、独角兽、各行业领军企业等1000多家知名公司，提供媒体监测、社交媒体监测以及媒体智能解决方案。



Meltwater 所有服务

融文Meltwater产品矩阵

自营账号管理

社交帐号统一管理发布

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn

自营账号分析

社交帐号表现分析

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- 微博
- 微信
- Line

媒体监测

中国网络媒体监测

- 网络新闻媒体
- 客户端
- 微博微信
- 知乎贴吧
- 本地论坛
- 系统分析报告

海外新闻媒体监测

全球 344,000, 89种语言, 261个国家和地区

- 中国香港 1,700
- 中国台湾 800
- 北美 110,000
- 欧洲&中东&非洲 117,000

海外社交媒体监测

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- 博客
- 本地论坛

系统组件

每日自动晨报

系统敏感信息预警

定制化评分

Smart Alert

境外数字营销洞察

境外社媒消费者洞察

分析师服务

人工负面预警

月度 / 周度
新闻通讯 (翻译)

公关洞察报告

竞品对比报告

其他定制报告

媒体发布

海外记者库

新闻稿 Wires

海外KOL库

新闻通讯

Newsfeed

了解更多



关注融文公众号

获取更多
媒体洞察

联系我们

- Shawn.Gao@meltwater.com
- 021 6033 0815
- + 86 185 2138 4131

